

＼GUMMIT が仕掛ける 2024 年のグミの日／ みんなで「レッツ！グミニケーション！」 ～好みの食感で占う「93 タイプ診断」など楽しいコンテンツが登場～

カンロ飴やピュレグミなどでおなじみのカンロ株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役社長 村田 哲也、以下カンロ）は、日本グミ協会やグミメーカー・ブランドと共に「GUMMIT（グミット）」を結成し、活動を行っています。

8 年目となる「グミの日（9 月 3 日）」の共同プロモーションは「レッツ！グミニケーション！」と題してイベントやキャンペーンを実施。カンロは「ピュレグミ」や「カンデミーナグミ」などの商品提供等で協力しています。



《2024 年のテーマは「レッツ！グミニケーション！」》

グミは味や色、形や弾力が自由で、持ち運びもできる多様性に溢れたお菓子です。一人ひとりの推しグミがあったり、誰かとシェアして会話のきっかけになったり、そんなコミュニケーションが生まれるお菓子のテーマとして、これまで「グミの日」に合わせて「グミニケーション」を合言葉に様々な企画を展開してきました。

2024 年は、今までよりもさらに多くの方々へ「グミニケーション」してもらおうと、「レッツ！グミニケーション！」をテーマに掲げ、「グミの日」だからできる特別な企画を展開します。

《好みの食感で、あなたを占う「93 タイプ診断」をリリース》

2024 年の「グミの日」を記念して、93 タイプ診断（グミタイプシندان）が日本グミ協会からリリースされました。全 12 問（食感質問 9 問 + グミ質問 3 問）の質問に答えると、あなたの性格が 93 タイプの中から診断されます。

診断結果はグミにちなんで「ピュアピュア恋愛グミタイプ」や「白黒はっきりパンダグミタイプ」などユニークなものばかり。93 タイプ（グミタイプ）診断が会話のきっかけになり、グミニケーションを生むことを目指して開発されました。カンロからは「ピュレグミレモン」「ピュレグミプレミアム山梨産白桃」「ピュレリング」「カンデミーナグミスーパーベスト」「カミキング」「あの日夢見た雲グミ※」がエントリーしています。ぜひ、お気軽にお試しください。 ※不定期発売のため店舗取り扱いのない可能性がございます。



93 タイプ（グミタイプ）診断 はこちら：<https://gummysday.jp/diagnosis/>

《「メーカー横断！グミ食感マップ」公開》

今年の「グミの日」を記念し、日本グミ協会が「メーカー横断グミ食感マップ！」を作成。グミマップには、GUMMIT 参加メーカーのグミが食感（ハード or ソフト）と誰にオススメか（王道 or 玄人）という視点で分類しています。グミマップは、全国の小売店のグミコーナーに掲出される予定です。



《夏休み明けの気まずさを“おひさしグミ”でふっとばそう！「学生グミニケーション活性化プロジェクト」始動！》

日本グミ協会と GUMMIT は、9月3日の「グミの日」に向けて、新学期を迎える学生間のコミュニケーションを活性化させる、「学生グミニケーション活性化プロジェクト」を実施いたします。全国の中学・高校を対象に、GUMMIT 参加メーカー6社のグミを配布する「クラスでレッツ！グミニケーション おひさしグミセットプレゼントキャンペーン」への応募を8月21日(水)まで Google Form にて受け付け中です。ご応募はこちら：<https://forms.gle/tqDbXLYBQNJGKiRk7>



■グミにケーションを広める、GUMMIT（グミット）とは

GUMMIT

Kasugai Kabaya Kanro HARIBO UHA 味覚糖 ニッポシエール 日本グミ協会
Japan Gummy Association

GUMMIT とは、日本グミ協会とグミ・キャンディーを扱う企業・ブランドからなる「グミのサミット」です。9月3日の「グミの日」や、3月9日の「裏グミの日」を通して、GUMMIT だからできる、グミならではの魅力の発信や、グミが作り出す人と人の繋がりやコミュニケーション（グミニケーション）を届けています。

日本グミ協会公式 X：https://twitter.com/japan_gummy

■カンロ展開ブランド



■「カンロ」会社概要

社名 : カンロ株式会社
代表 : 代表取締役社長 村田 哲也
所在地 : 東京都新宿区西新宿 3 丁目 20 番 2 号 東京オペラシティビル 37 階
創業 : 1912 年(大正元年)11 月 10 日
事業内容 : 菓子、食品の製造および販売
上場市場 : 東証スタンダード市場 (証券コード 2216)
URL : コーポレートサイト <https://www.kanro.co.jp/>
KanroPOCKeT <https://kanro.jp/>

当社は 1912 年の創業以来、社名になっている「カンロ飴」を始め、菓子食品業界で初ののど飴となる「健康のど飴」、ミルクフレーバーキャンディ市場売上 No.1 ブランド※1「金のミルク」、大人向けグミの先駆けでありグミの売上トップブランド※2 である「ピュレグミ」など、生活者の皆さまから愛される商品を創り続け、成長してまいりました。直営店「ヒトツブカンロ」では、「ヒトからヒトへ つながる ヒトツブ」をコンセプトにキャンディの魅力を発信しております。

昨今は、中期経営計画 2024 で目指す姿として掲げる「人と社会の持続可能な未来に貢献する パーパスドリブン企業」の実現を目指し、戦略の中核に据えている「人材」への取り組みも強化しています。2024 年 3 月には経済産業省が推奨する「健康経営優良法人 2024」、5 月には高水準の子育てサポート企業として「プラチナくるみん」認定を受けました。

※1 株式会社インテージ SRI+ ミルクフレーバーキャンディ市場 2022 年 4 月～2023 年 3 月累計販売金額ブランドランキング

※2 株式会社インテージ SRI+ グミ市場 2022 年 10 月～2023 年 9 月累計販売金額ブランドランキング

■パーパス「Sweeten the Future ～心がひとつぶ、大きくなる。～」



カンロは、2022 年、企業パーパス「Sweeten the Future ～心がひとつぶ、大きくなる。～」を定めました。変化が激しく、先行きが不透明・不確実な時代の中、カンロがこれまで歩んできた道程を確認の上、自分たちの未来への想いを言語化したものです。糖から未来をつくり、糖の力を引き出す事に挑み続けてきたカンロが企業活動の中で培った技術をさらに進化させることで、「心がひとつぶ、大きくなる。」瞬間を積み重ねて人と社会の持続可能な未来に貢献してまいります。